

LAPORAN PENELITIAN

BIDANG PENGEMBANGAN INSTITUSI



**EVALUASI KEGIATAN SOSIALISASI, PROMOSI DAN KERJASAMA  
UNIVERSITAS TERBUKATAHUN 2010-2012**

Oleh:

Sri Kurniati ([skurniati@ut.ac.id](mailto:skurniati@ut.ac.id))

Herman ([herman@ut.ac.id](mailto:herman@ut.ac.id))

Durri Andriani ([durri@ut.ac.id](mailto:durri@ut.ac.id))

Moh. Muzammil ([muzamil@ut.ac.id](mailto:muzamil@ut.ac.id))

**UNIVERSITAS TERBUKA**

**2013**

**HALAMAN PERSETUJUAN  
PENELITIAN PENGEMBANGAN INSTITUSI**

**Judul Penelitian** : Evaluasi Kegiatan Sosialisasi, Promosi, dan Kerjasama Universitas Terbuka

**Ketua Peneliti**

a. Nama Lengkap & Gelar : Sri Kurniati, Dra., M.Si.  
b. NIP/NIDN : 195804031986032001/ 0003045812  
c. Jabatan Fungsional : Lektor  
d. Program Studi : FMIPA / Biologi  
e. No. HP : 083875444333  
f. Alamat surel (e-mail) : skurniati@ut.ac.id

**Anggota Peneliti**

Nama Lengkap : 1. Durri Andriani, Ir., M.Ed., Dr.  
2. Herman, Drs., M.A., Dr.  
3. Moh. Muzamil, Drs., M.M.

**Lama Penelitian Keseluruhan** : 1 tahun

**Biaya Penelitian Keseluruhan** : Rp. 100.000.000,- (Seratus juta rupiah)

Pondok Cabe, 1 Desember 2013

Ketua Peneliti,

Sri Kurniati Handayani, Dra., M.Si



Ketua LPPM-UT,

Dr. Dewi A. Padmo, M.A., Ph.D.

## **Abstrak**

Universitas Terbuka (UT) selaku perguruan tinggi negeri di Indonesia masih berumur muda. Oleh karena itu UT berusaha agar dikenal oleh masyarakat umum. Selain itu UT juga berusaha untuk melayani mahasiswanya dengan sebaik mungkin dengan terus menerus memperbaiki pelayanannya. Oleh karena itu, pada artikel ini dibahas sampai seberapa jauh masyarakat mengenal UT dan juga sampai seberapa baik UT melayani mahasiswanya. Populasi penelitian adalah masyarakat umum di Indonesia dan seluruh mahasiswa UT yang teregistrasi pada Januari-Juni 2013. Sampel masyarakat umum dan mahasiswa UT diambil secara purposive dari kota-kota di 23 UPBJJ yang ada di Indonesia. Data diperoleh hasil isian responden terhadap instrumen penelitian. Data diolah menggunakan statistika deskriptif. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa umumnya masyarakat sudah mengenal UT dan sebagian besar dari responden berminat untuk mendaftar menjadi mahasiswa UT baik untuk program-program di S1 maupun S2. Mahasiswa UT juga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh UT, walaupun di sana-sini UT tetap harus memperbaiki pelayanannya ke mahasiswa.

Kata kunci: sosialisasi, pelayanan kepada mahasiswa



## KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

### UNIVERSITAS TERBUKA

Jalan Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan 15418  
Telepon: 021-7490941 (Hunting)  
Faksimile: 021-7490147 (Bagian Umum), 021-7434290 (Sekretaris Rektor)  
Laman: www.ut.ac.id

#### SURAT TUGAS MELAKSANAKAN PENELITIAN UNIVERSITAS TERBUKA Nomor: 1536/UN31.2/PG/2012

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat menugaskan:  
Nama : Sri Kurniati Handayani, Dra., M.Si.  
Posisi dalam Penelitian : Ketua  
Anggota : 1. Duri Andriani, Dra., Ir., M.Ed.  
2. Herman, Drs., MA, Dr.  
3. Moh. Muzamil, Drs., MM  
Pendukung Administrasi : -  
Fakultas/ Program Studi : FMIPA/Biologi  
Bidang Penelitian : Pengembangan Institusi  
untuk melakukan penelitian dengan judul: Evaluasi Kegiatan Sosialisasi, Promosi, dan Kerja Sama Universitas Terbuka

dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Sanggup melaksanakan Penelitian Universitas Terbuka Tahun 2012 dengan judul di atas sampai selesai dengan biaya sebesar Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah). Biaya akan diberikan bertahap: tahap pertama 60%, diberikan setelah peneliti memperbaiki, menyempurnakan proposal, dan menandatangani Surat Tugas. Tahap kedua 40% diberikan setelah peneliti menyerahkan laporan penelitian dan artikel jurnal;
2. Sanggup melaksanakan penelitian sesuai dengan jadwal. Penyerahan draf laporan penelitian paling lambat tanggal 15 Desember 2012 dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy*;
3. Peneliti harus menjamin bahwa penelitiannya merupakan hasil pemikiran sendiri, bukan plagiat, dan belum pernah dibiayai melalui Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) ataupun Rupiah Murni (RM);
4. Peneliti wajib memperbaiki proposal, laporan, dan artikel jurnal sesuai dengan masukan dari para penelaah.
5. Peneliti dapat berkonsultasi dengan penelaah selama penelitian berlangsung;
6. Apabila sampai dengan tanggal 15 Desember 2012, peneliti yang tidak dapat menyerahkan draf laporan penelitian harus mengembalikan dana yang sudah diterima ke kas Negara.
7. Peneliti harus menyimpan kuitansi bukti penggunaan dana.

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian  
Kepada Masyarakat,

Dra. Dewi A. Padino, M.A., Ph.D.  
NIP. 19610724 198701 2 001

Tangerang Selatan.

Ketua Peneliti,

Sri Kurniati Handayani, Dra., M.Si.  
NIP. 195804031986032001

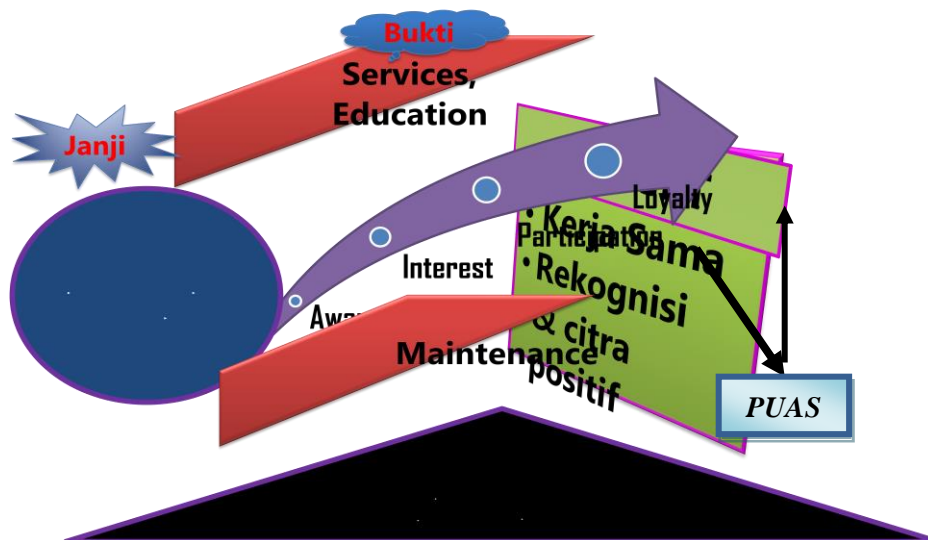
25 SEP 2012

## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Berdasarkan Permendiknas No. 23 Tahun 2007 tentang Statuta UT dan Draft Statuta UT Tahun 2011), tugas pokok dan fungsi Pembantu Rektor IV Universitas Terbuka (UT) adalah membantu Rektor UT dalam memimpin penyelenggaraan UT. Fokus tugas Pembantu Rektor IV ada;ah pada (1) promosi, hubungan masyarakat, dan kerja sama; (2) protokoler; serta (3) pengembangan institusi. Mengacu pada tupoksi tersebut,, maka tugas Kantor Purek IV adalah mengkoordinasikan dan mengimplementasikan kebijakan serta mengharmonikan ketiga tugas pokok dan fungsi tersebut di antara segenap unsur terkait dalam mencapai tujuan yang telah dicanangkan. Tujuan tersebut adalah (1) peningkatan angka partisipasi pengguna UT, (2) perluasan daya jangkau, serta (3) pencitraan institusi.

Untuk mengimplementasikan tugas pokok dan tujuan tersebut, Kantor Purek IV telah mengembangkan cetak biru (*grand design*) yang sistemis dan sistematis sebagai *baseline* atau pedoman kerja bagi Kantor Purek IV dan unsur-unsur terkait lainnya. Cetak biru tersebut dikembangkan berdasarkan paradigma kerja Kantor Purek IV, yakni “Meningkatkan keterpahaman, kesertaan, kebanggaan, kesetiaan, pengakuan, dan apresiasi pengguna terhadap UT”, sebagaimana tersaji pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Strategi Implementasi Program Kantor Purek IV

Dalam menjalankan program-programnya, Kantor Purek IV menempatkan kepuasan pelanggan sebagai orientasi utama. Dalam mengupayakan kepuasan pelanggan tersebut, tidak lah cukup bagi UT hanya menyiapkan program studi yang terakreditasi, menetapkan biaya yang terjangkau, namun UT juga perlu mengomunikasikan berbagai program dan keunggulannya kepada pelanggan. Sebagaimana pepatah mengatakan “tidak

kenal maka tidak sayang". Bukti empirik menunjukkan banyak produk tidak diterima karena citranya lemah di mata konsumen, kendati kualitasnya bagus.

Menyadari pentingnya komunikasi pemasaran tersebut, Kantor Purek IV secara sistemis dan sistematis telah melakukan berbagai upaya, antara lain sosialisasi, promosi, edukasi, pelatihan pemasaran bagi Kepala UPBJJ, program-program kehumasan, pemeliharaan pelanggan dan sebagainya yang semuanya ditujukan untuk menimbulkan *awareness*, *interest*, *participation*, dan *loyalty* bagi calon pelanggan dan pelanggan terhadap UT. Diharapkan semua upaya tersebut bermuara pada pencapaian target peningkatan angka partisipasi mahasiswa, mitra kerja, rekognisi serta citra positif UT.

Berbagai upaya untuk menciptakan *awareness*, *interest*, *participation*, dan *loyalty* bagi calon *customer* dan *customer* di atas tentu saja membutuhkan dukungan sumber daya yang cukup besar. UT pasti tidak menginginkan sumberdaya dan pengorbanan yang cukup besar tersebut sia-sia. Tetapi sayangnya sampai saat ini belum ada upaya yang komprehensif untuk menilai keefektifan sosialisasi-promosi dan kerjasama yang telah dilakukan UT. Padahal, hasil evaluasi itu sangat diperlukan untuk memberikan pijakan yang kuat tentang gambaran keberhasilan dan upaya tindak lanjut yang lebih baik lagi. Untuk itulah diperlukan adanya evaluasi yang menyeluruh tentang keefektifan hasil program sosialisasi-promosi dan kerja sama. Melalui kegiatan evaluasi ini diharapkan UT dapat mengetahui tingkat keberhasilan setiap kegiatan serta kendala-kendala apa yang muncul. Dengan demikian UT dapat melakukan koreksi dan menyusun strategi yang lebih baik lagi demi meningkatkan kinerja UT di masa depan. Karena berbagai keterbatasan, evaluasi ini akan difokuskan pada efektivitas sosialisasi-promosi dan kerja sama pada tahun 2010-2011.

### **Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana tingkat ketercapaian program sosialisasi dan promosi UT dilihat dari aspek *awareness*, *interest* dari masyarakat umum, *serta participation*, dan *loyalty* dari mahasiswa UT.
2. Bagaimana keefektifan penjalinan dan pemeliharaan kerja sama.

### **Tujuan dan Manfaat**

Kegiatan evaluasi ini bertujuan untuk mengkaji keefektifan kegiatan sosialisasi-promosi dan kerja sama UT tahun 2010-2012. Secara khusus, kegiatan evaluasi tersebut bertujuan:

1. Menganalisis tingkat ketercapaian program sosialisasi dan promosi UT dilihat dari aspek *awareness*, *interest* dari masyarakat umum, *serta participation*, dan *loyalty* dari mahasiswa UT.

2. Menganalisis keefektifan penjalinan dan pemeliharaan kerja sama.

Hasil kegiatan evaluasi diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pengambilan keputusan untuk perbaikan atau peningkatan mutu dan hasil sosialisasi-promosi dan kerja sama UT secara sistematis, sistemis, dan komprehensif pada masa mendatang.

## II. KAJIAN PUSTAKA

Menurut Wikipedia *awareness* adalah keadaan (*state*) atau kemampuan untuk menyadari, merasakan atau sadar akan kejadian atau kemampuan untuk mengetahui pola. Merasakan data dapat dikonfirmasi oleh pengamat tanpa harus memahaminya terlebih dahulu. Secara lebih umum *awareness* adalah keadaan atau kualitas kesadaran akan sesuatu. Dalam dunia biologi, *awareness* didefinisikan sebagai persepsi manusia dan reaksi kognitif untuk suatu kondisi atau keadaan.

Rossiter dan Percy (1987) menyatakan bahwa kesadaran merek (*brand awareness*) sebagai sesuatu yang penting untuk terjadinya proses komunikasi seperti pada proses lainnya. Tanpa terjadinya *brand awareness* tidak akan terjadi dampak dari komunikasi. Pengguna yang ingin membeli merek tertentu harus *aware* terlebih dahulu tentang merek itu. Perilaku (*attitude*) merek tidak dapat dibentuk, dan keinginan untuk membeli suatu barang tidak dapat terjadi kecuali *brand awareness* sudah terjadi (Rossiter & Percy 1987; Rossiter et al. 1991).

*Brand awareness* dianggap memainkan peranan penting sebagai bahan pertimbangan pembeli sewaktu membuat keputusan untuk berbelanja (Howard and Sheth, 1969; Narayana and Markin, 1975). Suatu merek dagang yang tidak dipertimbangkan tidak akan dipilih oleh pembeli (Baker et al. 1986). Ini berarti bahwa *brand awareness* muncul sebagai bahan ketertarikan (*interest*) bagi pengguna. Dengan perkataan lain, *brand awareness* mengakibatkan ketertarikan.

Hasil pendidikan seperti nilai yang bagus, kepuasan pembelajar, dan persistensi, sudah tentu dipengaruhi oleh usaha keras dari pembelajar,. Kegiatan-kegiatan seperti interaksi tutor dan mahasiswa, kolaborasi antar mahasiswa, dan belajar aktif (*active learning*) dirasakan penting bagi lingkungan belajar baik tatap muka ataupun jarak jauh (Brown, 2006). Oleh karena itu, partisipasi pembelajar baik dalam aktifitas belajar di dalam kelas dengan pengajar ataupun dalam diskusi tentulah sangat berpengaruh kepada hasil belajar mereka.

Menurut Hennig-Thurau, Langer dan Hansen (2001) loyalitas konsumen secara umum diterima sebagai faktor penting bagi keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan yang menawarkan jasa. Mereka mengembangkan model loyalitas mahasiswa dengan menggabungkan pemasaran dalam konteks pelayanan. Hasil penelitian mereka menginformasikan bahwa loyalitas mahasiswa sangat ditentukan oleh dimensi-dimensi kualitas hubungan sebagai faktor utama. Selain itu, model juga menginformasikan bahwa



integrasi mahasiswa ke dalam sistem universitas sebagai faktor pertama dan komitmen eksternal sebagai faktor ke dua. Sebagai tambahan kualitas mengajar dan komitmen mahasiswa terhadap institusi adalah hal penting bagi loyalitas mahasiswa. Mereka juga menemukan bahwa terdapat perbedaan loyalitas mahasiswa antara program studi.

### **III. METODE EVALUASI**

Metode yang digunakan dalam evaluasi ini adalah melalui kajian atau analisis terhadap dokumen yang relevan, menyebarkan kuesioner, wawancara dengan responden, dan melakukan pengamatan.

#### **Pendekatan**

Kegiatan evaluasi dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

#### **Sumber Data**

- a. Sumber data sosialisasi-promosi
  - Mahasiswa UT
  - Masyarakat umum
  - Dokumen: rencana & realisasi sosprom di UT Pusat dan UPBJJ
  - Pengambil kebijakan dan pelaksana sosprom UT di Pusat dan daerah
- b. Sumber data kerja sama
  - Dokumen kerjasama
  - Mitra kerja sama
  - Pengambil kebijakan dan pelaksana sosprom UT di Pusat dan daerah

#### **Sampel**

Penentuan sampel dilakukan secara stratifikasi untuk mewakili seluruh kelompok sasaran.

Untuk jangka panjang, evaluasi direncanakan akan dilaksanakan oleh seluruh UPBJJ UT secara kontinu. Pada tahun 2012, evaluasi akan dilaksanakan di UT Pusat dan 23 UPBJJ. Pemilihan 23 UPBJJ UT ditentukan berdasarkan lima kriteria berikut.

- Ukuran UPBJJ UT (besar, sedang, dan kecil)
- Lokasi UPBJJ (Indonesia barat, tengah, dan timur)
- Kondisi geografis UPBJJ UT (daratan dan kepulauan)
- Kondisi sosial (konflik)

- Keaktifan sosialisasi dan promosi (aktif dan tidak aktif)

Berdasarkan kriteria tersebut, ditetapkan 23 UPBJJ UT berikut ini.

1. Medan
2. Batam
3. Padang
4. Pekanbaru
5. Jambi
6. Palembang
7. Jakarta
8. Serang
9. Bandung
10. Purwokerto
11. Semarang
12. Surakarta
13. Yogyakarta
14. Pontianak
15. Banjarmasin
16. Malang
17. Jember
18. Denpasar
19. Mataram
20. Makassar
21. Majene
22. Gorontalo
23. Ambon

Dari tiap lokasi penelitian yang sudah ditentukan, masing-masing kelompok harus terwakili. Penentuan sampel pada tiap kelompok dilakukan secara bertahap melalui mekanisme berikut ini.

- a. Penentuan wakil tiap kelompok ditentukan secara purposif
- b. Penentuan wakil dari tiap wakil kelompok terpilih dilakukan secara acak

## Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam kegiatan evaluasi direncanakan akan dilakukan dengan menggunakan empat jenis instrument, yaitu kuesioner, pedoman wawancara, observasi, dan studi dokumen. Pada Tabel 1 dapat dirinci penggunaan instrumen untuk masing-masing tujuan evaluasi serta sumber data.

Tabel 1. Jenis Instrumen, Tujuan evaluasi, dan Sumber Data

Tujuan Evaluasi	Jenis Instrumen				Sumber Data*	Keterangan
	Kuesioner	Pedoman Wawancara	Observasi	Studi Dokumen		
Ketercapaian program Kantor Purek IV dilihat dari aspek: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Awareness</i></li> <li>• <i>Interest</i></li> <li>• <i>Participation</i></li> <li>• <i>Loyalty</i></li> </ul>	v	v	v	v	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, & 9	Data primer
Ketercapaian target : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa (jumlah, sebaran program studi, sebaran UPBJJ-UT)</li> <li>• Kerja sama (jumlah institusi, jumlah program, jenis kerja sama, pemeliharaan, keefektifan, keberlanjutan, pengelolaan)</li> </ul>		v		v	5, 6, 7, 8, & 9	Data primer & sekunder
Persepsi masyarakat tentang (citra) UT	v	v			1, 2, 3, 4, 5, 6, & 9	Data primer

\*) 1. Ibu rumah tangga  
4. Pegawai Pemerintah  
7. Staf UT Pusat

2. Eksekutif Muda  
5. Mahasiswa Aktif  
8. Staf UPBJJ-UT

3. Tamatan Baru SLTA  
6. Mahasiswa tidak aktif  
9. Mitra kerja

Pada evaluasi 2012, pengumpulan data akan dilakukan Tim Evaluasi Pusat direncanakan mulai bulan Desember 2012. Data akan digunakan untuk mengukur ketercapaian program yang dilakukan Kantor Purek IV. Data tahap ke dua akan digunakan sebagai ukuran untuk menganalisis tingkat ketercapaian target Kantor Purek IV

## Jadwal Evaluasi

Rangkaian kegiatan evaluasi 2012 direncanakan dilakukan dalam 10 bulan (Desember 2012 – September 2013) yang mencakup kegiatan pengembangan desain sampai diseminasi hasil evaluasi (Tabel 2).

## Pengolahan & Analisis Data

Untuk menjawab tujuan evaluasi, data yang diperoleh dari lapangan dan studi dokumen diolah di UT Pusat. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan melihat frekuensi.

## Pelaporan

Laporan evaluasi akan dibuat berdasarkan hasil pengumpulan, pengolahan, dan analisis capaian dan keefektifan program Kantor Purek IV tahun 2012.

## Diseminasi Hasil Evaluasi

Hasil evaluasi akan didiseminasikan dalam pertemuan dengan pimpinan UT Pusat dan UPBJJ UT pada bulan September 2013. Pertemuan ditujukan untuk menyampaikan capaian dan keefektifan penerapan program Kantor Purek IV.

Tabel 2. Jadwal Evaluasi Program Kantor Purek IV

NO.	KEGIATAN	TARGET KEGIATAN	Tahun 2012								
			Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sept	Okt
1	Pengembangan desain Evaluasi	1 Set desain evaluasi									
2	Pengembangan Instrumen Evaluasi	1 Set Instrumen evaluasi untuk kegiatan yang menghasilkan produk									
		1 Set Instrumen evaluasi untuk keberterimaan sosprom UT									

[illegible]

#### IV. HASIL DAN DISKUSI

##### Jawaban Responden Umum pada Kuesioner

Berikut ini disajikan hasil isian responden umum untuk 23 UPBJJ terpilih. Awal mulanya diharapkan setiap UPBJJ dapat memperoleh minimum 30 responden. Akan tetapi beberapa UPBJJ hanya dapat mengumpulkan responden dibawah 30 orang.

Tabel 1. Frekuensi Responden Umum di 23 UPBJJ

No.	UPBJJ	Frekuensi	Persen
1	Medan	30	4.4
2	Batam	29	4.2
3	Padang	31	4.5
4	Pekan Baru	14	2.0
5	Jambi	30	4.4
6	Palembang	30	4.4
7	Jakarta	25	3.6
8	Serang	41	6.0
9	Bandung	31	4.5
10	Purwokerto	30	4.4
11	Semarang	33	4.8
12	Surakarta	30	4.4
13	Yogyakarta	30	4.4
14	Pontianak	35	5.1
15	Banjarmasin	30	4.4
16	Malang	30	4.4
17	Jember	30	4.4
18	Denpasar	30	4.4
19	Mataram	22	3.2
20	Makassar	30	4.4
21	Majene	30	4.4
22	Gorontalo	30	4.4
23	Ambon	36	5.2
	Total	687	100.0

Tabel 1 menunjukkan jumlah responden pada setiap UPBJJ terpilih. Responden ini terdiri dari pelajar SLTA, ibu rumah-tangga, pegawai negeri, pegawai swasta, dan wiraswasta. Total responden umum yang dapat dijangkau adalah 687 orang. Komposisi pekerjaan responden dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Terdapat 35 responden yang tidak mengisi pekerjaan mereka. Namun demikian pelajar adalah responden terbanyak pada penelitian ini, disusul oleh pegawai swasta dan pegawai negeri sipil.

Tabel 2. Profesi Responden Umum

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persen
1	0	35	5.1
2	Pelajar	273	39.7
3	PNS	98	14.3
4	Swasta	130	18.9
5	Wiraswasta	43	6.3
6	Lainnya	61	8.9
7	Ibu RT	34	4.9
8	Karyawati	13	1.9
	Total	687	100.0

Tabel 3 memperlihatkan tingkat pendidikan para responden. Terdapat 26 responden yang tidak mengisi pendidikan mereka. Namun yang terbesar adalah responden dengan tingkat pendidikan SLTA, yang diikuti dengan responden dengan tingkat pendidikan S-1, S-2, D-3 dan SLTP.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persen
1	0	26	3.8
2	SLTA	435	63.3
3	S-1	180	26.2
4	S-2	21	3.1
5	S-3	1	.1
6	D2	1	.1
7	D3	8	1.2
8	SLTP	15	2.2
	Total	687	100.0

Yang agak mencengangkan ternyata ada juga responden yang berpendidikan S-3 yang mau ikut menjadi responden. Asal responden ini adalah dari Banyuwangi dan mempunyai pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil, berusia 48 tahun dan berjenis kelamin laki-laki. Responden ini diperoleh dari UPBJJ Jember, yang mungkin secara

kebetulan dijumpai di mall kota Jember. Jumlah responden yang berpendidikan S-2 ada 21 orang dan yang berpendidikan S-1 ada 180 orang.

Jawaban responden terhadap pernyataan pada instrumen penelitian diberikan pada Tabel 4a. Terdapat 49 pernyataan pada instrumen untuk umum.

Tabel 4a. Jawaban Responden Umum

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN (%)				
		0	1	2	3	4
1	UT adalah perguruan tinggi negeri	0	3.2	9.9	43.4	43.5
2	UT sudah memperoleh sertifikat ISO	2.2	5.7	12.4	50.8	29.0
3	UT adalah perguruan tinggi hanya untuk guru	0	28.5	46.1	16.2	9.2
4	UT menawarkan program pendidikan formal (Diploma, S1, dan S2)	0.9	2.3	7.4	59.5	29.8
5	UT menawarkan program pendidikan non-formal/sertifikat	1.5	8.2	21.1	50.4	18.9
6	UT memiliki kantor Pusat di Jakarta	0.3	3.2	8.4	48.5	39.6
7	UT memiliki kantor cabang di daerah-daerah	0.4	3.2	7.4	50.5	38.3
8	UT menerima semua lulusan setingkat SLA	0.5	2.6	9.6	50.1	37.0
9	UT pernah ada di program/acara radio lokal	1.5	5.8	20.3	55.0	17.3
10	UT pernah ada di program/acara radio nasional	0.9	5.2	20.3	56.4	17.2
11	UT pernah ada di program/acara di TV lokal	1.0	5.7	20.0	54.2	19.0
12	UT pernah ada di program/acara di TV nasional	1.0	4.2	16.9	58.5	19.4
13	UT pernah muncul di koran lokal	1.5	3.4	15.2	59.3	20.7
14	UT pernah muncul di koran nasional	1.3	3.8	17.9	55.4	21.6
15	UT pernah menerbitkan brosur/ <i>booklet/leaflet</i> tentang UT	0.9	3.5	12.5	49.3	33.8
16	UT pernah menerbitkan tabloid UT	0.9	6.4	24.8	45.8	22.2
17	UT pernah mengikuti pameran	1.5	5.7	21.0	49.4	22.4
18	UT pernah menyelenggarakan kegiatan umum (nonton bareng, <i>fun bike</i> , dll.)	2.2	8.5	24.6	43.7	21.0
19	UT ada di internet	0.8	1.7	4.7	49.1	43.9
20	UT memiliki <i>website</i>	0.7	2.0	7.6	45.0	44.6
21	Informasi tentang UT pernah terlihat di spanduk	0.9	4.8	16.0	57.9	20.4
22	UT pernah diceritakan oleh teman/saudara	0.3	3.9	8.5	56.3	31.0
23	UT memiliki kendaraan yang dilengkapi dengan logo	1.0	7.3	17.3	46.9	27.4
24	Staf UT pernah melakukan sosialisasi ke sekolah/instansi	0.6	6.3	20.8	51.3	21.0
25	Kuliah di UT diselenggarakan di kampus	0.9	8.9	32.8	43.3	14.1
26	Sistem belajar di UT berbeda dengan perguruan tinggi biasa/tatap muka	0.7	3.5	15.9	52.6	27.3
27	Belajar di UT menggunakan bahan ajar cetak (modul) yang dikembangkan UT	1.2	2.6	8.3	54.8	33.1
28	Belajar di UT menggunakan bahan ajar non cetak (video, CD, Pembelajaran Berbantuan Komputer, radio, dll) di UT	1.0	6.0	13.4	47.4	32.2
29	Materi belajar UT dapat diperoleh di <i>website</i> UT	0.7	3.2	11.5	53.1	31.5
30	UT menyediakan bantuan belajar (tutorial)	0.4	2.3	6.3	55.1	35.9
31	UT menyediakan bantuan belajar melalui tutorial tatap muka	0.6	2.5	9.5	55.1	32.4
32	UT menyediakan bantuan belajar melalui tutorial Internet	1.0	3.6	9.0	53.9	32.4
33	Tutorial dilakukan dengan bimbingan pakar	1.5	3.2	11.2	59.0	25.1
34	Biaya kuliah di UT relatif murah/terjangkau	0.1	2.6	9.9	53.1	34.3
35	Pembayaran biaya kuliah UT dapat dilakukan di bank	0.3	2.6	7.7	52.9	36.4



NO.	PERNYATAAN	JAWABAN (%)				
		0	1	2	3	4
36	UT menawarkan beragam program studi	0.1	2.8	7.0	54.7	35.4
37	UT menawarkan program studi yang saya minati	1.0	5.5	14.0	52.6	26.8
38	Program studi di UT terakreditasi	1.7	3.9	10.5	51.2	32.7
39	UT menyediakan fasilitas alih kredit	1.9	7.0	22.0	49.0	20.1
40	UT menyediakan program beasiswa	1.0	3.5	8.6	46.1	40.8
41	Menjadi mahasiswa UT tetap dapat bekerja	0.4	3.6	6.9	47.8	41.3
42	Menjadi mahasiswa UT dapat cuti belajar tanpa batas	0.7	15.0	29.6	34.7	20.0
43	Untuk menjadi mahasiswa UT harus mengikuti ujian/seleksi masuk	0.6	15.2	30.9	38.3	14.7
44	Menjadi mahasiswa UT dibatasi tahun lulus SLTA	1.0	24.1	36.9	30.0	8.0
45	Menjadi mahasiswa UT dapat berasal dari semua jurusan SLTA (SMA/MA/SMK/MAK/Paket C)	1.0	5.4	7.3	49.0	37.3
46	UT tidak menerapkan sistem drop out (DO)	1.3	11.8	25.5	38.3	23.0
47	Belajar di UT dibatasi waktu	0.7	18.8	37.3	32.5	10.6
48	Mendaftar menjadi mahasiswa UT dapat dilakukan di kantor cabang UT	0.9	3.6	7.0	61.1	27.4
49	Menjadi mahasiswa UT merupakan keinginan saya	0.6	8.3	16.1	50.5	24.5

Terdapat 18 pernyataan yang harus diperhatikan oleh UT karena lebih dari 20% responden dinyatakan tidak setuju atau setuju pada pernyataan yang berlawanan (negasi). Mayoritas pernyataan tersebut adalah tentang kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh UT. Mungkin kegiatan tersebut harus ditinjau kembali, karena sekitar 25% responden tidak mengetahuinya. Bentuk sosialisasi yang paling dominan adalah UT ada di internet. Karena responden banyak yang masih SLTA maka kemungkinan besar sosialisasi ke sekolah-sekolah sudah jarang dilakukan. Untuk itu perhatikan Tabel 4b tentang kaitan sosialisasi ke sekolah-sekolah dengan pekerjaan.

Tabel 4b. Sosialisasi ke Sekolah vs Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Sosialisasi		Total
		Tdk Setuju	Setuju	
1	Tdk Mengisi	3	31	34
2	Pelajar	94	179	273
3	PNS	25	73	98
4	Swasta	27	103	130
5	Wiraswasta	14	29	43
6	Lainnya	13	48	61
7	Ibu RT	8	26	34
8	Karyawati	6	7	13
Total		190	496	686

Sosialisasi UT ke sekolah-sekolah ternyata tidak diketahui oleh 34,43% pelajar SLTA. Ada kemungkinan ke 34,43% pelajar ini bukanlah pelajar dari sekolah dimana UT mengadakan sosialisasi. Namun demikian banyak juga responden yang bukan SLTA ternyata mengetahui bahwa UT melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah.

Setuju atau ketidak setujuan ini mencerminkan kekurangtahuan responden terhadap layanan yang UT berikan. Namun demikian, ke-18 pernyataan tersebut adalah informasi tentang UT yang lebih detail. Kalau informasi secara umum, mayoritas responden mengetahuinya. Jawaban terhadap 32 pernyataan yang tersisa dinyatakan baik, artinya responden paham sekali terhadap 32 pernyataan yang terkait dengan *awareness* dan *interest*.

Ke 18 pernyataan yang harus diperhatikan adalah:

1. UT adalah perguruan tinggi hanya untuk guru (25,4% setuju)
2. UT pernah ada di program/acara radio lokal (26,1% tidak setuju)
3. UT pernah ada di program/acara radio nasional (25,5% tidak setuju)
4. UT pernah ada di program/acara di TV lokal (25,7% tidak setuju)
5. UT pernah ada di program/acara di TV nasional (21,1% tidak setuju)
6. UT pernah menerbitkan tabloid UT (31,2% tidak setuju)
7. UT pernah mengikuti pameran (26,7% tidak setuju)
8. UT pernah menyelenggarakan kegiatan umum, seperti nonton bareng, *fun bike*, dll. (33,1% tidak setuju)
9. Informasi tentang UT pernah terlihat di spanduk (20,8% tidak setuju)
10. UT memiliki kendaraan yang dilengkapi dengan logo (24,6% tidak setuju)
11. Staf UT pernah melakukan sosialisasi ke sekolah/instansi (27,1% tidak setuju)
12. Kuliah di UT diselenggarakan di kampus (57,4% menyatakan setuju)
13. UT menyediakan fasilitas alih kredit (29% tidak setuju)
14. Menjadi mahasiswa UT dapat cuti belajar tanpa batas (44,6% tidak setuju)
15. Untuk menjadi mahasiswa UT harus mengikuti ujian/seleksi masuk (53% menyatakan setuju)
16. Menjadi mahasiswa UT dibatasi tahun lulus SLTA (38% setuju)
17. UT tidak menerapkan sistem drop out (37,3% tidak setuju)
18. Belajar di UT dibatasi waktu (43,1% tidak setuju)

Pada umumnya responden mengetahui informasi mengenai UT yang bersifat umum, seperti UT adalah PTN, sistem belajar di UT berbeda dari PT tatap muka, mahasiswa UT belajar dari modul, dan UT punya cabang di daerah (UPBJJ). Tetapi informasi tentang UT yang lebih detail seperti "UT menyediakan alih kredit", ternyata lumayan banyak responden yang belum mengetahuinya. Oleh karena itu, ke 18 item

di atas harus diperhatikan. Apakah memang UT akan memperbaiki sosialisasinya atau memang ada jenis sosialisasi yang tidak dianggap kurang berdampak sehingga harus dihapus dan diganti dengan cara lainnya..

Yang menggembirakan adalah interest (ketertarikan) responden umum untuk menjadi mahasiswa UT cukup tinggi. Sebanyak 75% responden ingin menjadi mahasiswa UT. Mudah-mudahan semester depan sebagian besar dari mereka akan menjadi mahasiswa UT.

## Kerjasama

Tabel 5. Kerjasama UPBJJ dengan Instansi Lain

No.	UPBJJ	BEASISWA	DARI	2010		2011		2012	
				Renc	Real	Renc	Real	Renc	Real
1.	Palembang	S1 PGSD	Diknas Propinsi	-	564	-	391	-	500
			Diknas Ogan Ilir	-	205	-	-	-	133
			Diknas kota Pagar Alam	-	30	-	-	-	-
			Diknas kab. Banyuasin	-	30	-	-	-	-
			Diknas kab. OKUT	-	30	-	-	-	-
			Diknas kab Musi Rawas	-	140	-	-	-	-
			Diknas kab. OKU	-	140	-	-	-	-
			Diknas Kab Muara Enim	-	140	-	-	-	-
			Diknas Kabupaten Musi Banyuasin	-	517	-	-	-	-
		S1 PAUD	Diknas kabko Palembang	-	70	-	-	-	-
			Diknas Kabupaten Musi Banyuasin	-	81	-	-	-	-
2	Pontianak	Pembab	Disdikpora kab. Kapuas Hulu	-		-	-	95	95
			Disdikpora kab. Sekadau	-		239	239	287	287
			Dinas pend. kab. Ketapang	-		-	-	129	129
			Dinas pend. kab.Landak	-		227	227	158	158
			Dinas pend. kab. Melawi	-		83	83	52	52
			Dinas pend. kab. Sanggau	-		223	223		
			Dinas pend. kab. Kapuas Hulu	-		95	95		
			Dinas pend. kab. Kayong Utara	-		74	74		
			Dinas pend. kab. Sekadau	-		239	239		
			Dinas pend. kab. Ketapang			179	179		
3	Banjarmasin	Beasiswa	Pemda Kab. HSU (tdk ada thn)	100	157				
			Pemda Kab. HST (tdk ada thn)	50	23				
			Pemda Kab. Barito Kuala	50	37				
4	Malang	Beasiswa	Dinas dikbud tk.1 Jatim				165		
			Dinas dikbud tk.2 kab. Malang		150				

5	Jember	Iklan penerimaan mhs baru	Surat kabar Jawa Pos Radar						S2-37 mhs
		MOU	Pemkab					204 sekdes	
			RRI dan Prosalina						
		Penyebaran informasi UT	Surat kabar Pemkab Jember					v	v
		Penyebaran informasi UT	JTV dan J1TV					v	v
		Merekrut mhs baru	MGMP Matematika			v	v		
		Lomba penulisan artikel	SMA/SMAK se kab. Jember					v	v
		Pameran pendidikan	Kegiatan pameran			v	v		
	Mataram	Beasiswa S1 PGSD	Pemda kab. Dompu					300	191
		Beasiswa S1 PG SD/UD	Pemda kab. Dompu					200	89/73

### Validitas Butir dan Reliabilitas Instrumen

Berikut ini adalah tabel-tabel tentang validitas butir instrumen dan reliabilitas instrumen penelitian. Ada 49 butir pernyataan pada instrumen untuk responden umum.

Tabel 6a. Vaiditas Item

#### Korelasi Butir dengan Nilai Total n = 686

No.	Pernyataan	TOTAL
1	UT adalah perguruan tinggi negeri	0.500**
2	UT sudah memperoleh sertifikat ISO	0.633**
3	UT adalah perguruan tinggi hanya untuk guru	0.079*
4	UT menawarkan program pendidikan formal (Diploma, S1, dan S2)	0.472**
5	UT menawarkan program pendidikan non-formal/sertifikat	0.394**
6	UT memiliki kantor Pusat di Jakarta	0.492**
7	UT memiliki kantor cabang di daerah-daerah	0.489**
8	UT menerima semua lulusan setingkat SLA	0.471**
9	UT pernah ada di program/acara radio lokal	0.619**
10	UT pernah ada di program/acara radio nasional	0.594**
11	UT pernah ada di program/acara di TV lokal	0.405**
12	UT pernah ada di program/acara di TV nasional	0.592**
13	UT pernah muncul di koran lokal	0.566**
14	UT pernah muncul di koran nasional	0.552**
15	UT pernah menerbitkan brosur/ <i>booklet/leaflet</i> tentang UT	0.627**
16	UT pernah menerbitkan tabloid UT	0.645**
17	UT pernah mengikuti pameran	0.583**

No.	Pernyataan	TOTAL
18	UT pernah menyelenggarakan kegiatan umum (nonton bareng, <i>fun bike</i> , dll.)	0.526**
19	UT ada di internet	0.635**
20	UT memiliki <i>website</i>	0.571**
21	Informasi tentang UT pernah terlihat di spanduk	0.546**
22	UT pernah diceritakan oleh teman/saudara	0.442**
23	UT memiliki kendaraan yang dilengkapi dengan logo	0.594**
24	Staf UT pernah melakukan sosialisasi ke sekolah/instansi	0.518**
25	Kuliah di UT diselenggarakan di kampus	0.349**
26	Sistem belajar di UT berbeda dengan perguruan tinggi biasa/tatap muka	0.480**
27	Belajar di UT menggunakan bahan ajar cetak (modul) yang dikembangkan UT	0.652**
28	Belajar di UT menggunakan bahan ajar non cetak (video, CD, Pembelajaran Berbantuan Komputer, radio, dll) di UT	0.620**
29	Materi belajar UT dapat diperoleh di <i>website</i> UT	0.627**
30	UT menyediakan bantuan belajar (tutorial)	0.674**
31	UT menyediakan bantuan belajar melalui tutorial tatap muka	0.632**
32	UT menyediakan bantuan belajar melalui tutorial Internet	0.690**
33	Tutorial dilakukan dengan bimbingan pakar	0.614**
34	Biaya kuliah di UT relatif murah/terjangkau	0.541**
35	Pembayaran biaya kuliah UT dapat dilakukan di bank	0.650**
36	UT menawarkan beragam program studi	0.590**
37	UT menawarkan program studi yang saya minati	0.574**
38	Program studi di UT terakreditasi	0.651**
39	UT menyediakan fasilitas alih kredit	0.605**
40	UT menyediakan program beasiswa	0.627**
41	Menjadi mahasiswa UT tetap dapat bekerja	0.502**
42	Menjadi mahasiswa UT dapat cuti belajar tanpa batas	0.395**
43	Untuk menjadi mahasiswa UT harus mengikuti ujian/seleksi masuk	0.213**
44	Menjadi mahasiswa UT dibatasi tahun lulus SLTA	0.088**
45	Menjadi mahasiswa UT dapat berasal dari semua jurusan SLTA (SMA/MA/SMK/MAK/Paket C)	0.448**
46	UT tidak menerapkan sistem drop out (DO)	0.394**
47	Belajar di UT dibatasi waktu	0.195**
48	Mendaftar menjadi mahasiswa UT dapat dilakukan di kantor cabang UT	0.549**
49	Menjadi mahasiswa UT merupakan keinginan saya	0.548**

Ke-49 item pernyataan ini dijawab oleh 687 responden. Tampak bahwa semua nilai korelasi antara pernyataan dengan nilai total adalah signifikan. Ini artinya semua item adalah valid.

Tabel 6b. Reliabilitas Instrumen Penelitian

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	49

Keandalan (*reliability*) instrumen penelitian bagus sekali karena nilai Cronbach's Alpha hampir mencapai 1.00 yaitu 0,936. Jumlah item pernyataan adalah 49 butir.

Tabel 7. Nilai Mean dan Deviasi Standar dari ke-49 pernyataan

No.	Pernyataan	Mean	SD
1	UT adalah perguruan tinggi negeri	3.27	.769
2	UT sudah memperoleh sertifikat ISO	2.99	.911
3	UT adalah perguruan tinggi hanya untuk guru	2.06	.902
4	UT menawarkan program pendidikan formal (Diploma, S1, dan S2)	3.15	.723
5	UT menawarkan program pendidikan non-formal/sertifikat	2.77	.899
6	UT memiliki kantor Pusat di Jakarta	3.24	.762
7	UT memiliki kantor cabang di daerah-daerah	3.23	.756
8	UT menerima semua lulusan setingkat SLA	3.20	.765
9	UT pernah ada di program/acara radio lokal	2.81	.834
10	UT pernah ada di program/acara radio nasional	2.84	.793
11	UT pernah ada di program/acara di TV lokal	2.89	1.417
12	UT pernah ada di program/acara di TV nasional	2.91	.779
13	UT pernah muncul di koran lokal	2.95	.781
14	UT pernah muncul di koran nasional	2.93	.805
15	UT pernah menerbitkan brosur/ <i>booklet/leaflet</i> tentang UT	3.12	.820
16	UT pernah menerbitkan tabloid UT	2.82	.878
17	UT pernah mengikuti pameran	2.86	.872
18	UT pernah menyelenggarakan kegiatan umum (nonton bareng, <i>fun bike</i> , dll.)	2.73	.953
19	UT ada di internet	3.34	.703
20	UT memiliki <i>website</i>	3.31	.760
21	Informasi tentang UT pernah terlihat di spanduk	2.92	.795
22	UT pernah diceritakan oleh teman/saudara	3.14	.750
23	UT memiliki kendaraan yang dilengkapi dengan logo	2.93	.903
24	Staf UT pernah melakukan sosialisasi ke sekolah/instansi	2.86	.840
25	Kuliah di UT diselenggarakan di kampus	2.61	.869
26	Sistem belajar di UT berbeda dengan perguruan tinggi biasa/tatap muka	3.02	.800
27	Belajar di UT menggunakan bahan ajar cetak (modul) yang dikembangkan UT	3.16	.776
28	Belajar di UT menggunakan bahan ajar non cetak (video, CD, Pembelajaran Berbantuan Komputer, radio, dll) di UT	3.04	.886

29	Materi belajar UT dapat diperoleh di <i>website</i> UT	3.12	.774
30	UT menyediakan bantuan belajar (tutorial)	3.24	.708
31	UT menyediakan bantuan belajar melalui tutorial tatap muka	3.16	.740
32	UT menyediakan bantuan belajar melalui tutorial Internet	3.13	.788
33	Tutorial dilakukan dengan bimbingan pakar	3.03	.790
34	Biaya kuliah di UT relatif murah/terjangkau	3.19	.726
35	Pembayaran biaya kuliah UT dapat dilakukan di bank	3.23	.724
36	UT menawarkan beragam program studi	3.22	.707
37	UT menawarkan program studi yang saya minati	2.99	.843
38	Program studi di UT terakreditasi	3.09	.862
39	UT menyediakan fasilitas alih kredit	2.79	.905
40	UT menyediakan program beasiswa	3.23	.814
41	Menjadi mahasiswa UT tetap dapat bekerja	3.26	.775
42	Menjadi mahasiswa UT dapat cuti belajar tanpa batas	2.59	.992
43	Untuk menjadi mahasiswa UT harus mengikuti ujian/seleksi masuk	2.61	1.897
44	Menjadi mahasiswa UT dibatasi tahun lulus SLTA	2.20	.929
45	Menjadi mahasiswa UT dapat berasal dari semua jurusan SLTA (SMA/MA/SMK/MAK/Paket C)	3.16	.855
46	UT tidak menerapkan sistem drop out (DO)	2.70	.995
47	Belajar di UT dibatasi waktu	2.33	.924
48	Mendaftar menjadi mahasiswa UT dapat dilakukan di kantor cabang U	3.10	.748
49	Menjadi mahasiswa UT merupakan keinginan saya	2.90	.885

Terdapat satu pernyataan yaitu “Menjadi mahasiswa UT dibatasi tahun lulus SLTA” yang memiliki nilai rerata 2.20. Ini artinya nilai tersebut berada di bawah nilai rerata 2.50, walaupun deviasi standarnya adalah 0.929. Ini adalah satu-satunya pernyataan yang berada di bawah nilai 2.50.

Tabel 8a. Jenis Kelamin vs Keinginan Masuk UT

		Ingin Masuk_UT?		Total
		Tdk Mau	Mau	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	30	103	133
	Perempuan	53	142	195
Total		83	245	328

Secara deskriptif tampak bahwa keinginan kaum perempuan untuk masuk UT lebih tinggi daripada kaum laki-laki. Selain itu, jumlah responden yang ingin masuk UT cukup besar yaitu  $(245/328) * 100\% = 74,695\%$ .

Tabel 8b. Pekerjaan\*Keinginan Masuk UT

		Masuk_UT		Total
		Tdk Mau	Mau	
Pekerjaan	Pelajar	46	99	145
	PNS	7	48	55
	Swasta	8	49	57
	Wiraswasta	2	18	20
	Lainnya	8	20	28
	Ibu RT	6	4	10
	Karyawati	6	7	13
Total		83	245	328

Selain pelajar, maka jenis pekerjaan lainnya memiliki persentasi keinginan masuk UT yang tinggi. Hal ini dapat dilihat pada Atbel 9b. Oleh karena jumlah pelajar di Indonesia adalah yang paling besar, maka potensi pasar ini haruslah digunakan oleh UT dengan bermacam cara. Mungkin penyediaan belajar penuh melalui internet dan juga penyediaan tempat bagi kaum muda untuk berkumpul dapat dijadikan sarana untuk menarik minat kaum muda.

Tabel 8c. UPBJJ dan Keinginan Masuk UT

No.	UPBJJ	Masuk_UT		Total
		Tdk Mau	Mau	
1	Medan	6	24	30
2	Batam	0	28	28
3	Padang	9	22	31
4	Pekan Baru	1	13	14
5	Jambi	10	20	30
6	Palembang	5	25	30
7	Jakarta	4	21	25
8	Serang	20	19	39
9	Bandung	5	26	31
10	Purwokerto	13	17	30
11	Semarang	13	20	33
12	Surakarta	9	21	30
13	Yogyakarta	9	20	29
14	Pontianak	2	33	35
15	Banjarmasin	5	25	30
16	Malang	9	21	30



No.	UPBJJ	Masuk_UT		Total
		Tdk Mau	Tdk Mau	
17	Jember	7	23	30
18	Denpasar	6	24	30
19	Mataram	1	21	22
20	Makassar	18	12	30
21	Majene	11	19	30
22	Gorontalo	0	30	30
23	Ambon	8	28	36
<b>Total</b>		171	512	683

Secara deskripsi, ada enam UPBJJ yaitu Jambi, Serang, Purwokerto, Semarang, Makassar, dan Majene yang sebagian besar respondennya tidak ingin masuk ke UT. Memang, ke enam UPBJJ ini tidak mengirimkan kegiatan sosialisasi tentang UT. Namun selain mereka banyak juga yang tidak mengirimkan program sosialisasi tentang UT (lihat Tabel 5) tetapi yang ingin masuk ke UT cukup tinggi (lihat Tabel 8c).

Bagaimana tentang pengetahuan mahasiswa bahwa UT adalah Perguruan Tinggi Negeri (PTN) pada 23 UPBJJ yang diteliti?. Untuk perhatikan tabel 8d yang memetakan pengetahuan tersebut.

Tabel 8d. UPBJJ vs UT adalah PTN

No.	UPBJJ	UT adalah PTN		Total
		Tdk Setuju	Setuju	
1	Medan	2	28	30
2	Batam	0	29	29
3	Padang	2	29	31
4	Pekan Baru	0	14	14
5	Jambi	11	19	30
6	Palembang	3	27	30
7	Jakarta	5	20	25
8	Serang	22	19	41
9	Bandung	0	31	31
10	Purwokerto	7	23	30
11	Semarang	6	27	33
12	Surakarta	5	25	30
13	Yogyakarta	4	26	30
14	Pontianak	3	32	35

No.	UPBJJ	UT adalah PTN		Total.
		Tdk Setuju	Setuju	
15	Banjarmasin	2	28	30
16	Malang	5	25	30
17	Jember	0	30	30
18	Denpasar	0	30	30
19	Mataram	1	21	22
20	Makassar	7	23	30
21	Majene	2	28	30
22	Gorontalo	0	30	30
23	Ambon	3	33	36
Total		90	597	687

Ada dua (2) UPBJJ yaitu Jambi dan Serang yang banyak respondennya merasa bahwa UT bukanlah PTN. Tampaknya ke-dua UPBJJ ini harus lebih keras lagi mensosialisasikan tentang UT dan kelebihanannya. Ke-dua UPBJJ ini juga tidak melaporkan kerjasama yang mereka miliki.

Dari Tabel 8c dan Tabel 8d, tampak bahwa UPBJJ Serang selain mayoritas respondennya tidak ingin masuk UT ternyata mereka juga tidak mengetahui bahwa UT adalah perguruan tinggi negeri. UPBJJ Serang dan Jambi ini harus lebih giat lagi mensosialisasikan tentang UT kepada masyarakat umum.

### **Partisipasi dan Loyalitas Mahasiswa UT**

Untuk mengetahui partisipasi dan loyalitas, maka variabel-variabel tersebut diukur pada persepsi mahasiswa UT. Berikut adalah informasi tentang keterlibatan mahasiswa UT terkait dengan informasi partisipasi dan loyalitas mereka.

Tabel 9a. Distribusi Responden Mahasiswa UT

No.	UPBJJ	Frekuensi	Persen
1	Medan	35	4.8
2	Batam	21	2.9
3	Padang	42	5.7
4	Pekan Baru	14	1.9
5	Jambi	30	4.1
6	Palembang	30	4.1
7	Jakarta	30	4.1
8	Serang	17	2.3

No.	UPBJJ	Frekuensi	Persen
9	Bandung	53	7.3
10	Purwokerto	36	4.9
11	Semarang	38	5.2
12	Surakarta	30	4.1
13	Yogyakarta	30	4.1
14	Pontianak	35	4.8
15	Banjarmasin	35	4.8
16	Malang	35	4.8
17	Jember	30	4.1
18	Denpasar	35	4.8
19	Mataram	25	3.4
20	Makassar	30	4.1
21	Majene	35	4.8
22	Gorontalo	30	4.1
23	Ambon	35	4.8
<b>Total</b>		<b>731</b>	<b>100.0</b>

Umumnya UPBJJ berhasil menjaring paling sedikit 30 responden mahasiswa UT. Namun demikian ada empat UPBJJ yang jumlah respondennya di bawah 30 orang yaitu Batam (21), Pekanbaru (14), Serang (17) dan Mataram (25).

Jawaban mahasiswa UT terhadap pernyataan untuk variabel partisipasi dan loyalitas diperlihatkan pada Tabel 9b.

Tabel 9b. Jawaban Mahasiswa UT untuk Partisipasi dan Loyalitas

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN (%)				
		0	1	2	3	4
Partisipasi						
1	Saya registrasi secara rutin	0.4	1.8	3.6	52.5	41.7
2	Saya registrasi sendiri	0.5	1.9	9.0	49.2	39.2
3	Saya melakukan registrasi pada awal masa registrasi	0.3	0.7	6.2	60.6	32.3
4	Saya aktif belajar secara mandiri	0.6	1.8	10.3	58.0	29.4
5	Saya aktif belajar di dalam kelompok	1.0	6.0	27.6	48.2	19.2
6	Saya aktif mengikuti tutorial tatap muka	0.4	10.1	26.5	35.4	27.5
7	Saya aktif mengikuti tutorial <i>online</i> (tuton)	0.5	6.8	31.5	39.8	21.3
8	Saya mengikuti ujian secara <i>online</i>	1.9	14.6	40.9	31.1	11.5
9	Saya memiliki paket bahan ajar untuk setiap mata kuliah yang teregistrasi	0.7	1.6	11.8	52.4	33.5
Loyalitas						
10	Saya akan melanjutkan S2 juga di UT	3.6	6.4	20.5	53.1	16.4

11	Saya memberikan informasi tentang UT ke orang lain	1.0	1.2	3.6	60.7	33.5
12	Saya akan mengajak orang lain untuk menjadi mahasiswa UT	0.8	1.9	7.5	57.2	32.8

Partisipasi mahasiswa cukup tinggi. Hal ini tampak dari jawaban mereka di Tabel 9b. Kebanyakan responden tampaknya lebih memilih belajar secara mandiri. Lebih dari 33% yang tidak mengikuti aktifitas belajar kelompok, TTM ataupun tutor. Hal ini tidaklah mengherankan sebab kegiatan tersebut bukanlah kegiatan yang bersifat wajib diikuti mahasiswa. Namun demikian, belajar mandiri merupakan kegiatan yang harus dilakukan. Namun 12,1% mahasiswa tidak belajar secara mandiri. Mereka ini termasuk pengikut tutorial dan belajar kelompok.

Untuk loyalitas, 26,9% responden tidak akan melanjutkan S-2 ke UT. Ada beberapa hal yang dapat menyebabkan itu. Salah satunya adalah mereka mungkin memang merasa sudah cukup sampai S-1 saja. Informasi lainnya dijawab oleh responden dengan setuju dan sangat setuju.

Berdasarkan hasil interview, umumnya masyarakat sudah mengenal UT sebagai perguruan tinggi yang memiliki mode pembelajaran yang berbeda dengan perguruan tinggi tatap muka. Mereka tahu bahwa UT menggunakan modul sebagai bahan ajar, mereka juga tahu bahwa UT ada di internet. Tetapi informasi tentang UT yang lebih rinci memang mereka belum mengetahuinya, seperti UT menerima alih kredit, Ut menawarkan beasiswa.

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Sebagian besar hasil kegiatan sosialisai dan proposi yang dilakukan oleh UT sudah berhasil mencapai sasaran yang dituju. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden terhadap pernyataan yang bersifat umum. Namun demikian apabila pertanyaan sudah mengarah ke infomasi yang lebih rinci, sebagian responden tidak mengetahuinya.
2. Hanya sebagian kecil UPBJJ yang meyediakan informasi tentang kerjasama mereka dengan institusi lain. Kerjasama itu umumnya mengenai beasiswa untuk PGSD dan PGTK.

### **Saran**

1. Sebaiknya UT mengevaluasi kembali beberapa kegiatan yang tidak menunjukkan dampak yang diharapkan, misalnya menerbitkan tabloid dan kegiatan nonton bareng atau sejenisnya. Kegiatan-kegiatan tersebut ternyata tidak diketahui banyak oleh khalayak ramai. Kalaupun kegiatan tersebut ingin tetap dipertahankan maka target khalayak dan momen kegiatan haruslah tepat.
2. UPBJJ harus mengintensifkan kerjasama dengan institusi lain. Kalau saat ini kerjasama beasiswa sudah dilakukan oleh banyak UPBJJ, kegiatan sosialisasi terkait dengan memperkenalkan UT kepada khalayak ramai harus diintensifka. Sebagai contoh di UPBJJ Serang dan Jambi, banyak responden tidak tahu kalau UT adalah perguruan tinggi negeri.

## Daftar Pustaka

- Baker, W; Hutchinson; Wesley J; Moore, D & Nedungadi, P (1986). Brand Familiarity and Advertising: Effects On the Evoked Set and Brand Preferences. In RJ Lutz (ed) *Advances in Consumer Research Volume 13*, 637-642.
- Brown, J.S. (2006). New Learning Environments for the 21<sup>st</sup> century: Exploring the Edge. *Change* 38 (5), pp. 18-24.
- Hennig-Thurau Thorsten, Markus Langer, and Ursula Hansen. (2001). Modeling and Managing Student Loyalty: An Approach Based on the Concept of Relationship Quality. *Journal of Service Research May 2001 vol. 3 no. 4*, 331-344.
- Howard J.A. & Sheth, J.N. (1969). *The Theory of Buyer Behaviour*. New York: Wiley.
- Narayana, L.L. & Markin, R.T. (1975). Consumer behaviour and product performance: an alternative conceptualisation. *Journal of Marketing*, 39, 1-6.
- Rossiter, J.R. & Percy, L. (1987). *Advertising and Promotion Management*. Singapore: McGraw- Hill.
- Rossiter, J.R., Percy, L. and Donovan, R.J.(1991) 'A Better Advertising Planning Grid', *Journal of Advertising Research* , 31(5):11–21
- .